



عنوان پروژه: تدوین برنامه بازاریابی اجتماعی جلوگیری از حاملگی ناخواسته استان، شیر مادر و پیشگیری از اعتیاد در استان قزوین

مجری پروژه: محمد رضا مدبر، دکتری پزشکی، MPH، رئیس مرکز بهداشت شهید بلندیان شهرستان قزوین

ناظر طرح: کامل شادپور، دکتری پزشکی، مشاور طرح جامع سلامت استان قزوین

پیام گزار سلامت: دکتر علیرضا خوانساری

«خلاصه پروژه تدوین برنامه بازاریابی اجتماعی جلوگیری از حاملگی ناخواسته استان قزوین»

همکاران اصلی پروژه: فتنه مینائی، کارشناس برنامه کودکان و شیرمادر مرکز بهداشت شهرستان قزوین-مریم قره داغی، کارشناس مسول بهداشت

خانواده مرکز بهداشت شهرستان قزوین-مریم میر فخر، لیسانس مامایی، کارشناس برنامه تنظیم خانواده مرکز بهداشت شهرستان قزوین

درصد حاملگی ناخواسته یکی از شاخص های مهم برای ارزشیابی برنامه ها و خدمات تنظیم خانواده میباشد که اثربخشی خدمات تنظیم خانواده از جمله روشهای پیشگیری از بارداری و برنامه های آموزشی مربوطه را نشان میدهد. فقدان نگرش صحیح نسبت به استفاده از روش های پیشگیری و غفلت خانواده ها از عواقب حاملگی ناخواسته ما را برآن داشت تا با بررسی نگرش زنان گروه هدف برنامه تنظیم خانواده، باور های آنان نسبت به روش های موجود را استخراج و پیام های مناسب برای ترغیب آنان به استفاده از آن ها و پیشگیری از حاملگی ناخواسته را تولید نماییم. مطالعه از نوع کیفی است که از روش بحث گروهی به شیوه FGD برای جمع آوری داده ها استفاده شده است. پژوهش بر روی ۴ گروه (۴۱ نفر) از زنان واجد شرایط تنظیم خانواده با سطح تحصیلات سیکل تا لیسانس، ساکن شهر قزوین که از طرف مراکز بهداشتی شهری معرفی شده بودند، اجرا گردید.

پس از انجام تحقیق در بازار (MARKET RESEARCH) شامل بررسی وضعیت و منابع موجود، نقش ها و مسوولیت ها و رفتار های مطلوب و نامطلوب که شرح آن گذشت، در جمع بندی بحث های گروهی و باورهای زنان واجد شرایط تنظیم خانواده مشخص شد که ۲۶٫۸٪ از زنان به دلیل اعتقاد به بالاتر بودن کیفیت ارائه خدمات در بخش خصوصی به آن بخش مراجعه کرده و به علت عدم آگاهی از لزوم مشاوره و آموزش های لازم در این خصوص درخواستی از بخش خصوصی نداشته اند. ۲۱٪ از شرکت کنندگان ضمن استفاده از روش های طبیعی و کاندوم حاملگی ناخواسته داشته اند.

بعضی از مادران در زمانی که به علت تردید و عدم اطمینان برای انتخاب روش سیری کرده اند دچار بارداری ناخواسته شده بودند. زنانی که به بخش دولتی مراجعه کرده اند معتقد بودند آموزش ها در مراکز بهداشتی درمانی به صورت ناکافی بوده و برای رفع مشکلات آن ها کفایت نمی کند. مادرانی که موفق به استفاده از یک روش پیشگیری مطمئن نشده بودند، دارای یکی از باورهای نادرست بودند که توسط رفتار، نظرات و دستورهای غیر علمی اطرافیان نزدیک تقویت شده بود.

در بحث های انجام شده مشخص شد افراد موثر در انتخاب روش های پیشگیری به ترتیب اولویت عبارتند از بستگان، دوست یا همسایگان، ماما ها و پزشکان زنان خصوصی، کارکنان مراکز بهداشتی درمانی و ۴/۸٪ نیز پس از مطالعه کتاب و بروشورها خودشان انتخاب کرده اند. در یک جمع بندی کلی از مطالعات انجام شده می توان گفت سطح آموزش در جامعه ضعیف بوده و زنان قبل از ازدواج و در دوران نامزدی و در ابتدای ازدواج آموزش های مناسب و کافی در مورد روش های پیشگیری از بارداری چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی دریافت نمی کنند و آموزش ایشان منحصر به حین ازدواج (کلاس ۲ ساعته) و یا در زمان مراجعه پس از زایمان به بخش خصوصی و دولتی می شود.

زمانی که هیچ نوع محدودیتی بر ای پذیرش یک رفتار خاص وجود ندارد، فرد ممکن است کنترل کاملی برای رفتار داشته باشد. برعکس درانتهای این طیف، ممکن است هیچ کنترلی بر رفتار وجود نداشته باشد چرا که آن رفتار به عوامل دیگری مانند منابع، امکانات، مهارت ها و غیره بستگی دارد که فرد فاقد آنها است. عوامل داخلی مربوط به شخص، میتواند شامل مهارت ها، توانایی ها، اطلاعات، احساس فشار و نگرانی و غیره باشند. عوامل خارجی هم مانند عوامل محیطی یا شغلی بر رفتار فرد موثرند لذا در این تحقیق ضمن پرسش از شرکت کنندگان در مورد علل درونی و بیرونی رفتار فعلی که منجر به عدم استفاده از روش ها و بروز حاملگی ناخواسته می شود سوال شد.

طی این بررسی در هیچ یک از موارد، عدم دسترسی به مراکز بهداشتی یا وسایل تنظیم خانواده مطرح نشد و همگی شرکت کنندگان متفق القول قادر بودند وسایل و داروهای پیشگیری از بارداری را از مراکز دولتی یا خصوصی تهیه نمایند.

«خلاصه پروژه تدوین برنامه بازاریابی اجتماعی شیر مادر استان قزوین»

همکاران اصلی پروژه: خانم دکتر مهشید سر رشته داری، هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی قزوین-خانم فاطمه بابایی، کارشناس برنامه کودکان و شیرمادر مرکز بهداشت استان قزوین-خانم شهرزاد مهرآیین، کارشناس برنامه کودکان و شیرمادر مرکز بهداشت استان قزوین-خانم فتانه مینایی، کارشناس برنامه کودکان و شیرمادر مرکز بهداشت شهرستان قزوین

تغذیه با شیر مادر نقش حیاتی در زندگی نوزادان و کودکان دارد و در مطالعات متعدد، تاثیر مثبت و گسترده آن بر سلامت جسمی و روانی افراد تا پایان عمر آنان به اثبات رسیده است و اهمیت تغذیه مطلوب شیرخواران و کودکان خردسال برای بقاء و رشد و تکامل آنان به خوبی شناخته شده است. از طرفی علیرغم اهمیت شیرمادر در تکامل اولیه کودکان، متأسفانه شاهد سیر نامطلوب شاخص های مربوط آن در استان می باشیم. چون نگرش افراد مخاطب در این زمینه اهمیت بسزایی در استفاده از شیر مادر یا جایگزین کردن آن با شیر مصنوعی دارد برآن شدیم که در فرصت ایجاد شده در طرح جامع سلامت استان به بررسی نگرش مادران نسبت به این برنامه پردازیم و با استفاده از روش های مطالعات بازاریابی اجتماعی موجبات استقبال بیشتر خانواده ها را از برنامه ترویج تغذیه با شیر مادر در استان فراهم آورده و در صورت موفقیت الگوی مناسبی برای کشور ارائه نماییم. مطالعه از نوع کیفی است که از روش بحث گروهی به شیوه FGD برای جمع آوری داده ها استفاده شده است. پژوهش بر روی دو گروه از مادران ۳۱-۲۱ ساله با سطح تحصیلات سیکل تا فوق دیپلم، ساکن شهر قزوین که گروه اول دارای مشکل شیردهی و گروه دوم موفق در شیردهی بوده از طرف مرکز مشاوره شیر مادر مستقر در بیمارستان کوثر معرفی شده بودند اجرا شد.

پس از انجام تحقیق در بازار (MARKET RESEARCH) شامل بررسی وضعیت و منابع موجود، نقش ها و مسولیت ها و رفتار های مطلوب و نامطلوب، در یک جمع بندی از بحث های گروهی و باورهای مادران دارای کودک زیر ۲ سال مشخص شد که سه چهارم مادران به دلیل اعتقاد به بالاتر بودن کیفیت ارائه خدمات دوران بارداری در بخش خصوصی به آن بخش مراجعه کرده و به علت عدم آگاهی از لزوم مشاوره و آموزش های شیردهی در این باره، درخواستی از بخش خصوصی نداشته اند.

یک سوم باقیمانده مادران مورد مطالعه که به بخش دولتی مراجعه کرده اند معتقد بودند آموزش ها در مراکز بهداشتی درمانی به صورت تئوری و زبانی بوده و برای رفع مشکلات آن ها کفایت نمی کند.

مادرانی که موفق به شیردهی به کودکان خود نشده بودند، دارای یکی از باورهای نادرست بودند که توسط رفتار، نظرات و دستورهای اطرافیان نزدیک یا متأسفانه پزشکان تقویت شده بود. این مادران قبل از گذشت زمان کافی برای اطمینان از ناکافی بودن شیر خود، مصرف شیرخشک را شروع کرده و موجب قطع شیردهی شده بودند.

در زمینه تغذیه انحصاری با شیرمادر نیز باور به تغذیه انحصاری در مادران ضعیف بوده و اکثر آنان دادن قندآب و چشیدن غذای سفره و استفاده از داروهای گیاهی و آب میوه را برای کودکان شیرخوار زیر ۶ ماه بی ضرر می دانستند.

اکثر مادران از آموزش های ارائه شده پس از تولد نوزاد در بیمارستان راضی بودند (بجز از بیمارستان دهخدا) اگرچه منجر به شیردهی موفق نشده بود. آنان علل عدم موفقیت خود را به سایر علل از جمله بیماریها و ناتوانی خودشان نسبت می دادند. مهمترین مرجع کسب آگاهی و مهارت در زمینه شیردهی در اکثر زنان، مادران مسن تر و زنان آشنا در فامیل بودند.

در بحث های انجام شده مشخص شد افراد موثر در فرایند شیردهی مادران به ترتیب اولویت عبارتند از زنان مسن تر خانواده که دارای فرزند باشند، پزشکان اطفال، پرستاران و کارکنان مراکز بهداشتی درمانی.

به طور اخص مادران مورد مطالعه آگاهی مناسبی در زمینه های زیر نداشتند:

فواید شیردهی برای مادر، فواید برای کودک، عواقب عدم شیردهی برای مادر و کودک، شیوه تغذیه (نحوه-مدت-تعداد دفعات-تغذیه شبانه) اهمیت تغذیه در نخستین لحظه پس از تولد، اهمیت تغذیه با شیر مادر تا ۲ سال

«خلاصه پروژه برنامه بازاریابی اجتماعی پیشگیری از اعتیاد»

همکاران اصلی پروژه: شیوا صالحی شهیدی، دکتری پزشکی، کارشناس مسول امور دارویی، مرکز بهداشت استان قزوین-فرونش رجبی، لیسانس روانشناسی بالینی، کارشناس مسول بهداشت روان مرکز بهداشت شهرستان قزوین

بیماری اعتیاد یکی از معضلات جامعه امروزی است که درمان آن و انتخاب درمان اثر بخشی یکی از دغدغه های فرد معتاد خانواده آن و مسئولین ذیربط می باشد. درمان های ناکار آمد و با تاثیر بخشی پایین و تاثیر آن بر ساختار خانواده و جامعه تهدیدی مهم است و لازم است افراد جامعه گزینه های درمانی مناسب و تاثیر گذارنده را در دسترس داشته باشند فقدان نگرش صحیح نیست به مراکز MMT و NA اما بر آن داشت تا با بررسی شرایط و نگرش MMT و NA نسبت به درمان اعتیاد و باورهای آنها را نسبت به روش های موجود استخراج و پیام های مناسب برای ترغیب افراد به استفاده از این مراکز و گروه NA را تولید نماییم.

مطالعه از نوع کیفی است که از روش بحث گروهی به شیوه FGD برای جمع آوری داده ها استفاده شده است. پژوهش روی گروه معتادان گمنام NA، مراجعان به مراکز MMT، مسئولین مراکز MMT کارشناسان مراکز ارائه دهندگان خدمات رد بهزیستی اجرا گردید.

پس از انجام تحقیق در بازار (MARKET RESEARCH) شامل بررسی وضعیت و منابع موجود، نقش ها و مسئولیت ها طرز تفکر های مطلوب و نامطلوب که شرح آن گذشت در جمع بندی بحث های گروهی و باور های گروه معتادین گمنام (NA) و مسئولین و مراجعین مراکز MMT مشخص شد که گروه معتادین گمنام (NA) با توجه به داشتن نگرش منفی و منع مصرف هر گونه دارو و قرص در کل با مراکز MMT موافق نیستند و درمان MMT را درمانی کم اثر و سطحی می دانند و در عین حال مسئولین مراکز MMT نیز با توجه به نگاه پزشکی نسبت به درمان با درمان (NA) موافق نیستند. درمان (NA) را غیر علمی و غیر موثر می دانند. مراجعین مراکز MMT نیز نگاهی بینابین نسبت به این دو درمان و گرایش قوی تر نسبت به درمان با متادون داشتند.

بسیاری از افراد به دلیل تردید نسبت به درمان موثر دوره مصرف مواد را طولانی داشتند.

در بحث های انجام شده مشخص شد افراد موثر در انتخاب روش های درمان: افراد تحت درمان، افراد فامیل و تبلیغات است. در یک جمع بندی کلی از مطالعات انجام شده می توان گفت سطح آموزشی نسبت به پیشگیری و درمان در جامعه ضعیف بوده و افراد معتاد در خانواده، معتادین در سطح جامعه آموزش لازم و راهنمایی صحیح در مورد اقدام به درمان MMT نمی بینند و بسیاری از بیماران تا مدت ها پس از تصمیم به ترک مصرف درمان را شروع نکرده و این به دلیل عدم آشنایی و آگاهی کامل نسبت به مراکز ترک اعتیاد و گروه معتادین گمنام است.